

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin

**Band:** 94 (1968)

**Heft:** 42

**Illustration:** Grenzpolizei

**Autor:** Wessum, Jan van

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

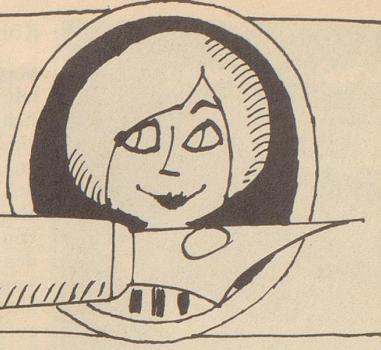
### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 14.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Die Seite der Frau



## Mondäne Teilzeitarbeit

Was da eine große, französische Illustrierte als letzten Schrei propagiert, gibt es bei uns schon seit einigen Jahren. (In Frankreich und anderswo ja vielleicht auch, aber wenn die Gazetten nicht eine Sensation aus den schlichtesten Dingen machen, so schadet das der Breiteneinwirkung.)

Es handelt sich beim Verkaufsgegenstand *und* bei der Vertriebsweise um etwas Amerikanisches.

Nun, wir haben, außer der unglückseligen Beharrlichkeit in Vietnam, deren Hintergründe wir zwar nicht so gut beurteilen können, weiter nichts gegen Amerika. Es hat seine guten Seiten, warum gingen sonst unsere jungen Aerzte, Wissenschaftler, Techniker, Kaufleute usw. immer wieder auf längere Zeit hinüber?

Deshalb vielleicht hat sich die Sache schon vor längerer Zeit bei uns festgesetzt. Wie fest, weiß ich nicht.

In der zitierten, doppelseitigen Reklame wird aber nicht in erster Linie die Ware angepriesen, sondern es werden Gastgeberinnen gesucht.

Es geht um – die Männer können ja derweil ein bisschen ausgehen – also um Haushaltungsartikel, nämlich um garantiert hermetische Plastikbehälter zur langen Aufbewahrung von eßbaren Dingen, um völlig geruchfeste Behälter, die alles Erdenkliche aufnehmen, was dann, wie da steht, auch außerhalb des Kühlschranks, wegen Luftabschlusses lange Zeit frisch bleibt.

So steht es da geschrieben. Wer möchte das nicht?

Was mir etwas seltsam vorkommt, ist die Vertriebsart, oder besser: die Art der Publicity.

Am Anfang machte die Firma überhaupt keine direkte Reklame. Man konnte nichts in den Läden kaufen, vielleicht auch jetzt noch nicht. Die Hersteller hatten etwas viel Beseres gefunden für ihren Artikel, nämlich Teilzeitarbeit für Ladies, die Ladies bleiben wollen, was eine angestrengt arbeitende Frau selten kann. Und trotzdem wollen die Ladies zu irgend etwas beitragen, etwa «zur Anschaffung eines schönen Pelzmantels oder eines Schmuckstücks usw.»

Die Idee ist apart und doch einfach.

Die Teilzeitdame gibt eine Party und im Verlauf dieser Party kommt sie also ganz natürlich auf die Behälter zu sprechen und führt sie ungezwungen ihren zahlreichen Gästen vor.

So kommen mit der Zeit, wohl gegen Mitternacht, die Bestellungen, die sie notieren darf. Die Herren waren derweil unter sich und die Damen konnten angeregt und unbhindert bestellen. Auch bin ich überzeugt, daß sie mit den gelie-

ferten Sachen zufrieden waren. Aus eigener Erfahrung kenne ich die Artikel nicht.

Ich war also ein- bis zweimal an dieser Art Party und es ist mir nicht so gut bekommen, denn mir wurde schizophren zumute. Ein ausgesprochenes Unwirklichkeitsgefühl überfiel mich. Was bin ich? Gast oder Kundin? Jedes für sich ist in schönster Ordnung, aber die Doppelgestalt, so an einer ganz privaten Einladung ...? Es ist seltsam, so unvorbereitet zum Kaufen animiert zu werden, und der Gastgeberin, der

man immerhin ein anständiges Mitbringsel hat angedeihen lassen, auf einmal Geld schuldig zu sein.

Nun, vielleicht hat sich die Gestaltung des Vertriebs – so originell sie ist, doch nicht so gut ausgewirkt. Wozu sonst die sehr teure Reklame, auf einmal? Aber es gibt vielleicht noch mehr so verschrobene Leute wie ich es bin, die am Abend ganz gern über etwas anderes reden möchten, als über Plastikbehälter. Dafür brauche ich mich nicht umzuziehen und an eine Einladung zu gehen.

Vielelleicht klappt es also wirklich nicht so restlos mit den privaten Party-Geberinnen, jedenfalls gibt es jetzt außer ihnen noch eigentliche *Présentatrices*. Die Parties finden immer noch in Privaträumen statt, aber es kommt dann eine solche *Présentatrice* extra dazu, um *vorzuführen* und außerdem werden zu solchen Soirées nur noch Damen eingeladen. Es gab vielleicht mehrere Männer, die so muff reagierten wie der meinige.

Natürlich ist die *Présentatrice* (im so höflichen Frankreich werden sie als *Ambassadrices* bezeichnet) auch eine Lady, aber sie befindet sich wohl doch auf der gefährlichen Grenze zur Berufsfrau. Hoffentlich ist sie vorsichtig genug, sie nicht ganz zu überschreiten.

Wie sich dann wohl die Prozente zwischen Gastgeberin und *Présentatrice* verteilen? Aber eine solche Frage aufzuwerfen ist ausgesprochen taktlos, das gebe ich zu.

Die Idee ist an sich wirklich nicht schlecht und erspart erhebliche Reklamekosten, – oder tat dies wenigstens bisher. Es ist nur aufs Innigste zu wünschen, daß sie sich nicht auf allzuviiele andere Artikel ausdehnt, zum Beispiel Polstergruppen oder Konzertflügel. Ich fürchte, da müßte man angesichts der involvierten Summen doch fast die Männer wieder einladen.

Es wird dieser Art des *Vertriebs ohne Laden* nachgerühmt (in der Reklame), daß sie zeitlich ungebunden sei und keine effektive Arbeit mit sich bringe.

Warum soll man das nicht machen? Aber es ist sicher besser, wenn man als Gastgeberin seine Absichten schon auf der Einladung vermerkt oder doch leise andeutet, statt unvermittelt sozusagen von der Liebe zum Trompetenblasen überzugehen.

Bethli

